

28. Verkäuferverhalten und -erwartungen

Verkäufer handeln gern nach dem ökonomischen Prinzip. Sie versuchen, den gewünschten Erfolg mit dem geringsten Aufwand zu erreichen. Sie erwarten, dass der Käufer den Wert des Unternehmens und was man alles daraus machen kann erkennt und somit einen hohen Preis bietet. Diese Haltung zahlt sich bei einem geplanten Unternehmensverkauf nicht aus. Es sind bereits anfänglich, teils erhebliche, Vorleistungen vorzunehmen, wobei verkäuferseitig immer Zweifel bestehen, ob dieser Aufwand belohnt wird. Bei richtiger und vor allem konsequenter und systematischer Vorgehensweise wird sich dieser Aufwand allerdings auszahlen. Verkäufer bleiben oft auf halbem Wege stehen oder scheuen trotz hoher geforderter Kaufpreise relativ geringfügige Ausgaben, daran scheitern die Bemühungen oftmals. Schlimmer noch, der Fortbestand des Unternehmens kann mangels geeigneter Nachfolge gefährdet sein.

29. Die richtige Prozessabfolge beachten

So ist es beispielsweise kontraproduktiv, zuerst eine Anzeige zu schalten, um zu sehen was geschieht. Wenn tatsächlich mittels Anzeige oder sonstiger Maßnahmen ein ernsthafter Interessent erreicht worden ist, ist es zu spät um mit der Angebotserstellung beginnen. Die Erstellung eines qualitativ hochwertiges Exposés (Angebot) kann durchaus mehrere Wochen dauern. Dieses ist zu Beginn der Transaktion notwendig und gibt dem Verkäufer auch Klarheit darüber, was er eigentlich erreichen will. Wenn das Angebot viel zu spät schriftlich vorgelegt wird, ist der Interessent kein Interessent

mehr, er hat sich längst anderen Dingen zugewandt und ist in der Regel auch nicht mehr erreichbar, zudem verärgert. Noch aussichtsloser ist der Versuch, einen Kaufinteressenten dazu bewegen zu wollen, ohne ausreichende Informationen zu einem Gespräch in den Betrieb zu kommen. Dazu werden nur unerfahrene Käufer bereit sein, die überdies möglicherweise nicht einmal ernsthaft suchen, sondern nur einmal den Markt testen möchten. Seriöse Kandidaten werden dies ablehnen.

Das heißt, Sie müssen als erstem Schritt die Hausaufgaben erledigen und das Angebot erstellen, auch wenn Sie zunächst nicht wissen, für wen. Dazu gehört beispielsweise auch, dass Sie aktuelle Finanzaufstellungen zur Hand haben. Wenn Sie mitten im Jahr nur die Bilanz des Vorjahres vorweisen können, baut sich der Verkäufer unnötige Hürden auf.

Sobald diese Voraussetzung geschaffen wurde, muss die Vermarktungsphase zeitnah gestartet werden. Zeitnah deshalb, damit die Unterlagen nicht veraltet sind, wenn sie den Empfänger erreichen. Kaum etwas hinterlässt einen schlechteren Eindruck als ein überaltertes Angebot mit einem Datum, das 6 Monate oder mehr zurück liegt.

30. Das Gesetz der großen Zahl

M&A lebt vom Gesetz der großen Zahl, nur eine ausgeworfene Angel wird in den meisten Fällen nicht zum Erfolg führen, ebenso wenig wie nur ein Kontakt / Interessent – in aller Regel.